

## Decálogo para identificar el sexismo en la publicidad

### Observatorio andaluz de publicidad no sexista



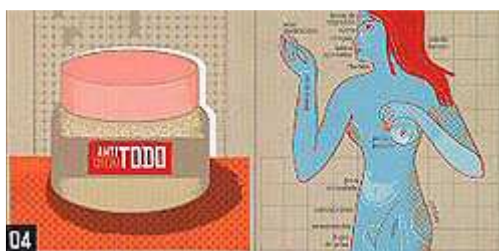
1. Promover modelos que consoliden pautas tradicionalmente fijadas para cada uno de los géneros.



2. Fijar unos estándares de belleza femenina considerados como sinónimo de éxito.



3. Ejercer presión sobre el cuerpo femenino a través de determinados tipos de productos que facilitan su dominio y control.



4. Presentar el cuerpo de las mujeres como un espacio de imperfecciones que hay que corregir.



5. Situar a los personajes femeninos en una posición de inferioridad y dependencia.



6. Excluir a las mujeres de las decisiones económicas de mayor relevancia.



7. Alejar a las mujeres de los espacios profesionales prestigiados socialmente y, por el contrario, asignarles los roles de limpieza, cuidados y alimentación familiar.



8. Negar los deseos y voluntades de las mujeres y mostrar, como "natural", su adecuación a los deseos y voluntades de los demás.



9. Representar al cuerpo femenino como objeto, esto es, como valor añadido a los atributos de un determinado producto; como su envoltorio, en definitiva.



10. Mostrar a las mujeres como incapaces de controlar sus emociones y sus reacciones, "justificando" así las prácticas violentas qu